

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Review Penelitian

Arfianty Reka Cahyaningtyas (2015). Pengaruh *Corporate Governance Perception Index* Dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji statistik dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama (Uji F) semua variabel independen mempengaruhi nilai perusahaan. Kemudian dalam Uji T variabel *Corporate Governance Perception Index* yang tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Helga Adeline Halim dan Yulius Jogi Christiawan (2017). Pengaruh Penerapan *Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol. Penerapan *Corporate Governance* diukur menggunakan skor CGPI, sedangkan nilai perusahaan diukur menggunakan Tobin's Q. Penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan, umur perusahaan dan krisis keuangan sebagai variabel control. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan, umur perusahaan dan krisis keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Agus Santoso (2017). Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* yang diwakili oleh proxy kepemilikan institusional memiliki pengaruh

langsung yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* yang diwakili proksi kepemilikan institusional memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan kinerja keuangan sebagai variabel intervening.

B. Tinjauan Pustaka

1. Teori Agency

Teori agency atau teori keagenan adalah teori yang menjelaskan tentang bagaimana hubungan kerja antara pemilik saham atau pemilik perusahaan dengan manajemen atau agen. Teori agency menekankan pentingnya pemilik perusahaan untuk menyerahkan pengelolaan perusahaan ke tenaga-tenaga profesional yang biasa disebut dengan agen yang memiliki pengetahuan lebih dalam dunia bisnis. Mathius Tandiontong (2016) menjelaskan bahwa teori keagenan sebagai suatu model kontraktual antara dua orang atau lebih, dimana salah satu pihak tersebut adalah agen dan pihak lainnya disebut principal. Principal memberikan pertanggungjawaban kepada agen, atau dengan kata lain memberikan amanah kepada agen untuk melaksanakan tugas tertentu yang sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati. Namun principal dan agen semata-mata termotivasi oleh kepentingan sendiri sehingga biasanya muncul konflik kepentingan antara principal dan agen.

Wahyuni (2019) salah satu cara yang paling efisien untuk mengurangi konflik antara principal dan agen yaitu dengan penerapan *good corporate governance*. IICG (2000) mengatakan tujuan *good corporate governance* adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, sehingga perusahaan yang menerapkan *good*

corporate governance bisa dipastikan dapat menjaga kepercayaan dari pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan investor, kreditur maupun seluruh stakeholder dengan melakukan praktik-praktik yang sehat.

Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri Yulita (2015) mendefinisikan bahwa *good corporate governance* adalah konsep yang berdasarkan pada teori keagenan, sehingga di harapkan dapat digunakan sebagai alat untuk memberikan keyakinan pada investor bahwa mereka pasti akan mendapatkan keuntungan atas dana yang mereka investasikan.

2. *Corporate Governance*

Corporate Governance adalah istilah yang pertama kali di kemukakan oleh *Cadbury Committe* di Inggris pada tahun 1992, istilah ini digunakan dalam laporan mereka yang disebut *Cadbury Report*. Istilah *Corporate Governance* yang di definisikan oleh *Forum for Corporate Governance in Indonesia* yaitu sebagai peraturan yang menetapkan hubungan antara pemegang saham, pengurus, kreditur, pemerintah, karyawan dan para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya sehubungan dengan hak-hak dan kewajiban mereka yang mengatur dan mengendalikan perusahaan sehingga menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (Tirmidzi Tariadi).

Terdapat 5 prinsip pedoman dalam penerapan *Corporate Governance* yang tertuang dalam Pasal 3 Peraturan Menteri Negara BUMN No. PER-01/MBU/2011 tanggal 1 Agustus 2011 tentang Peberapan Tata Kelpla Perusahaan yang Baik pada

BUMN, Bab II Prinsip dan Tujuan, Bagian Kesatu Prinsip, disebutkan bahwa prinsip-prinsip GCG yaitu:

- 1) Transparansi, yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan pengungkapan informasi materiil yang relevan mengenai perusahaan.
- 2) Akuntabilitas, yaitu kejelasan fungsi, pelaksanaan, dan juga pertanggungjawaban manajemen perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan dapat terlaksana secara efektif dan ekonomis.
- 3) Responsibilitas, yaitu pengelolaan perusahaan yang sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku dan menjalankan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
- 4) Independensi, yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa adanya konflik kepentingan dan adanya pengaruh tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.
- 5) Kewajaran, yaitu keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak-hak para pemangku kepentingan yang timbul dari adanya perjanjian dan peraturan perundangan yang berlaku.

Berikut manfaat dari penerapan prinsip-prinsip GCG di BUMN:

- 1) Dapat meningkatkan kinerja perusahaan dengan adanya proses pengambilan keputusan yang baik, meningkatkan efisiensi

operasional perusahaan, dan juga meningkatkan pelayanan kepada pemangku kepentingan.

- 2) Mempermudah didapatkannya dana pembiayaan yang jauh lebih murah karena adanya faktor kepercayaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.
- 3) Khusus untuk BUMN yang telah *go public*, dengan diterapkannya prinsip-prinsip tersebut maka akan meningkatkan minat investor untuk membeli saham BUMN tersebut.

Berdasarkan seluruh penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penerapan *Corporate Governance* dalam suatu perusahaan, maka akan mengurangi adanya konflik kepentingan yang sering terjadi antara prinsipal dan agen dalam perusahaan. Lalu penerapan *Corporate Governance* yang baik dan efektif di perusahaan, diharapkan mampu meningkatkan kinerja perusahaan menjadi lebih baik lagi.

3. *Corporate Governance Perception Index*

Corporate Governance Perception Index (CGPI) adalah sebuah program riset dan pemeringkatan penerapan *Corporate Governance* di Indonesia yang dilakukan setiap tahun oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG) dan bekerja sama dengan majalah SWA yang dilakukan sejak tahun 2001. Program ini dirancang untuk mendorong perusahaan umeningkatkan kualitas penerapan konsep GCG melalui perbaikan yang berkesinambungan melalui evaluasi dan melakukan tolak ukur. Penilaian yang dilakukan oleh IICG berdasarkan 13 aspek yaitu, komitmen,

transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, keadilan, kompetensi, kepemimpinan, kemampuan bekerjasama, visi, misi, dan tata nilai, strategi dan kebijakan, etika bisnis, dan budaya resiko. Aspek-aspek tersebut sudah mencakupi prinsip-prinsip yang mendasari penerapan GC.

Skor yang diberikan pada praktik GC yaitu predikat “sangat terpercaya” untuk perusahaan dengan skor 85-100, “terpercaya” dengan skor 70-84, dan “cukup terpercaya” dengan skor 55-69. Jika perusahaan mendapat skor tinggi, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut telah melaksanakan penerapan GC dengan baik, dan juga dapat meningkatkan kinerja operasional perusahaan. Adanya informasi CGPI ini diharapkan mampu memberikan dampak yang positif bagi perusahaan terutama kepercayaan investor terhadap dana yang telah diinvestasikan.

4. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Oleh karena itu nilai perusahaan adalah salah satu hal yang harus dipertahankan oleh perusahaan.

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan (Sari, 2012). Ukuran perusahaan merupakan hal yang penting dalam peningkatan kinerja keuangan perusahaan (Indarti dan Extaliyus, 2013).

Semakin besar aset yang dimiliki perusahaan, memungkinkan kinerja operasional suatu perusahaan semakin besar pula. Suroto (2018) perusahaan yang perkembangannya sangat cepat maka akan lebih cenderung mempunyai nilai perusahaan yang baik, namun jika perusahaan lebih cenderung mempunyai pertumbuhan yang lambat maka perusahaan tersebut dapat dinilai negative dikalangan masyarakat dan juga nilai perusahaan akan buruk.

Berdasarkan peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor: 46/M-Dag/Per/9/2009 mengelompokan perusahaan dengan didasarkan pada nilai total aset yang dimiliki perusahaan yang di atur dalam pasal 3 ayat 1,2 dan 3, yang menyatakan bahwa:

- 1) Klasifikasi perusahaan kecil yaitu perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta sampai dengan maksimum Rp 500 juta.
- 2) Klasifikasi perusahaan sedang yaitu perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai dengan maksimum Rp. 10 milyar.
- 3) Klasifikasi perusahaan besar yaitu perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 10 milyar.

6. Profitabilitas

Profitabilitas adalah suatu pengukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasional perusahaan. Semakin besar laba yang diperoleh oleh perusahaan semakin besar pula pengembalian yang akan diterima oleh investor. Profitabilitas yang menunjukan tinggi atau rendahnya tingkat pengembalian terhadap investor mempengaruhi penilaian investor terhadap saham perusahaan,

semakin tinggi tingkat pengembalian maka akan semakin tinggi pula penilaian investor terhadap nilai saham perusahaan (Nugroho dan Abdani 2017).

C. Pengembangan Hipotesis

1. Corporate Governance Perception Index

Penerapan *corporate governance* yang baik dalam perusahaan dapat menunjukan pada investor bahwa perusahaan memiliki kualitas manajemen yang baik. Perusahaan yang memiliki kualitas manajemen yang baik tentunya akan dipersepsikan positif oleh investor. Apabila investor memiliki persepsi positif terhadap perusahaan, investor akan tertarik untuk menanamkan modal yang dimiliki ke dalam perusahaan. Dengan semakin banyaknya investor yang menanamkan modalnya ke perusahaan, permintaan terhadap saham perusahaan akan meningkat sehingga harga saham perusahaan juga semakin meningkat. Peningkatan harga saham ini menunjukkan peningkatan nilai perusahaan karena harga saham suatu perusahaan mencerminkan nilai perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Halim dan Yulius (2017) dan Extaliyus Lusi (2013) yang mengatakan bahwa *good corporate governance* yang diukur menggunakan *corporate governance perception index* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H1: Corporate Governance Perception Index berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

2. Ukuran Perusahaan

Perusahaan yang berukuran besar umumnya memiliki jumlah aset yang lebih besar. Jumlah aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan memiliki sumber daya

yang cukup untuk membiayai kegiatan operasionalnya serta melunasi kewajibannya. Oleh karena itu, ukuran perusahaan yang besar dapat membuat kepercayaan investor terhadap perusahaan akan semakin meningkat. Apabila kepercayaan investor terhadap perusahaan meningkat dan investor tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan, maka permintaan terhadap saham perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Hal ini akan menyebabkan harga saham perusahaan juga semakin meningkat. Peningkatan harga saham ini menunjukkan peningkatan nilai perusahaan karena harga saham suatu perusahaan mencerminkan nilai perusahaan tersebut.

Indriyani (2017) dan Rachmawati dan Hanung (2007) ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan akan memudahkan perusahaan untuk memperoleh sumber dana yang bisa dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

3. Profitabilitas (ROE)

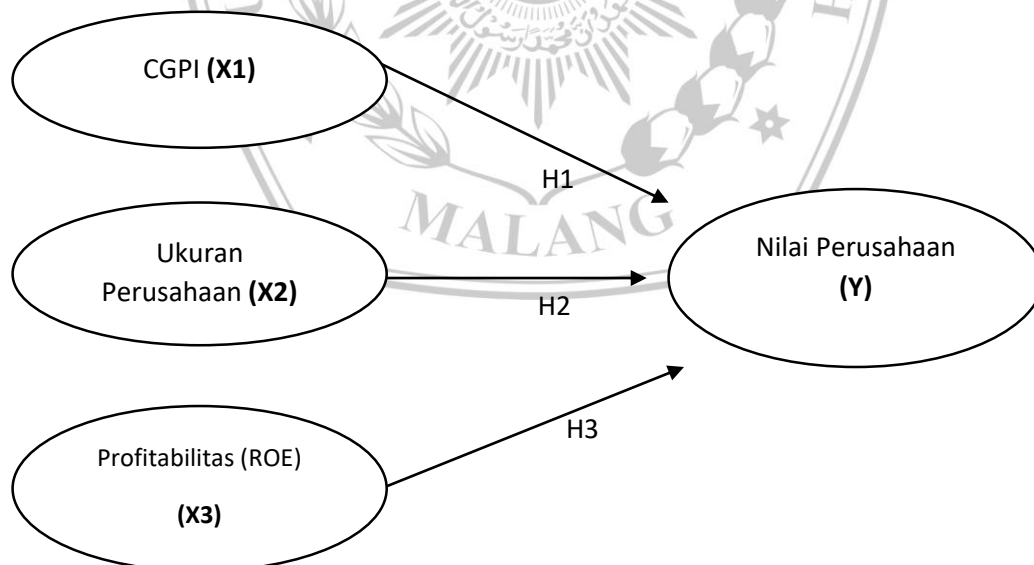
Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasional perusahaan. Semakin tinggi laba yang didapatkan oleh perusahaan maka akan semakin tinggi pula pengembalian yang akan diperoleh investor. Tinggi rendahnya tingkat pengembalian yang diterima investor akan mempengaruhi penilaian para investor, maka makin tinggi penilaian investor terhadap saham maka harga saham tersebut makin meningkat, semakin meningkatnya harga saham maka akan meningkat pula nilai perusahaan (Nugroho dan Abdani 2017).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lubis, dkk (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Farida Styaningrum (2018) yang juga menemukan bahwa adanya hubungan signifikan antara profitabilitas dan nilai perusahaan.

Semakin tinggi ROE akan menunjukkan semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan pihak manajemen. Peningkatan rasio ROE dari tahun ke tahun menunjukkan terjadi kenaikan laba bersih perusahaan. Kenaikan laba bersih perusahaan menunjukkan bahwa nilai perusahaan juga mengalami kenaikan karena akan menyebabkan kenaikan pada harga saham (Prasetyorini, 2013).

H3: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

D. Kerangka Pemikiran



Berdasarkan kerangka pemikiran dapat diketahui bahwa model dalam penelitian ini adalah meneliti mengenai pengaruh *corporate governance perception index*

(CGPI), ukuran perusahaan dan profitabilitas (ROE) terhadap Nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Tobin's Q* dengan menempatkan nilai perusahaan sebagai variabel dependen sedangkan *corporate governance perception index* (CGPI), ukuran perusahaan, dan profitabilitas sebagai variabel independen.

